BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Penelitian Terdahulu yang Sejenis

Tinjauan Penelitian terdahulu adalah referensi - referensi yang berkaitan dengan informasi penelitian. Penelitian terdahulu ini berupa hasil penelitian yang sudah dilakukan, penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan, antara lain :

1. Penelitian dengan Judul : Perilaku Komunikasi sales Promotion Girl Provider XL Axiata (Studi Kasus Mengenai Perilaku Komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Konsumen di Dukomsel Kota Bandung). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata dalam Memberikan Pelayanan terhadap Konsumen di Dukomsel Kota Bandung. Penelitian ini membahas tentang perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal, komunikasi non verbal, dan motif yang melatari perilaku komunikasi tersebut.Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, sedangkan desain penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Proses pemilihan informan menggunakan teknik purposive sampling. Selain itu, teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam, observasi

partisipasi, dokumentasi, dan pencarian data di internet. Teknik analisa data yang digunakan adalah model siklus Miles dan Huberman untuk membahas mengenai permasalahan penelitian.Hasil penelitian diperoleh bahwa perilaku komunikasi dilihat dari komunikasi verbal berupa penggunaan bahasa Indonesia dan bahasa Sunda pada waktu tertentu, dan salam "Selamat datang di XL Axiata". Sedangkan komunikasi non verbal berupa bahasa tubuh terdapat gerakan tangan dan kepala, ekspresi wajah dan kontak mata. Dan dilihat dari penampilan fisik busana berlogo XL Axiata serta karakter fisik. Dan yang terakhir adanya motif alasan menjadi SPG dan motif tujuan menjadi SPG dalam membentuk perilaku komunikasi tersebut.Simpulan perilaku komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen berupa penggunaan bahasa Indonesia serta sesekali berbahasa Sunda, penggunaan salam sambutan berupa "Selamat datang di XL Axiata", penggunaan gerakan tangan dan kepala, ekspresi wajah dan kontak mata yang ditunjukan, penggunaan seragam berlogo XL Axiata, beberapa karakter fisik yang dimilikinya. Dan yang terakhir adalah adanya motif masa lalu yang berasal dari pengalaman dan ajakan teman serta motif masa depan untuk mendapatkan uang dan bentuk tanggungjawab terhadap perusahaan.Saran sebaiknya Sales Promotion Girl Provider XL Axiata membiasakan mengucap salam, mempertahankan bahasa yang bersahabat dan meningkatkan penggunaan bahasa tubuh dalam (Ria Dwi Mutiara; NIM. 41809084/Ilmu Komunikasi UNIKOM:2013).

2. Penelitian dengan judul : PERILAKU KOMUNIKASI KAUM BISEKSUAL

(Studi Fenomenologi tentang Perilaku Komunikasi Kaum Biseksual Kota Bandung). Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Kaum Biseksual. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui komunikasi verbal dan non verbal, serta motif dari perilaku komunikasi kaum biseksual. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi fenomenologi. Data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi literatur, penelusuran internet, dan juga triangulasi dengan cara membandingkan jawaban informan utama dan pendukung. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi data, pengumpulan data, penyajian data, penarikan kesimpulan, dan evaluasi. Hasil penelitian menunjukan bahwa kaum biseksual memiliki motif tersendiri yang mana motif tersebut mendasari mereka untuk menjadi seorang biseksual. Mereka bersikap normal untuk menghindari kecurigaan orang-orang yang berada diantara mereka. Begitupun dengan panggung tengah, mereka dapat menjaga sikapnya saat berada di area ini. Mereka memiliki cara tersendiri untuk dapat menciptakan kesan yang positif di lingkungan kehidupannya. Pengelolaan kesan yang dibentuk berupa simbol - simbol yang meliputi gaya berpenampilan, berperilaku, gaya bicara, dan lain-lain. (Bagus Sukma Julianto NIM. 41810062 /Ilmu Komunikasi UNIKOM : 2014).

3. Penelitian dengan judul : Gaya hidup Komunitas Beat Boys Bandung. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Gaya Hidup Komunitas

Beat Boys Bandung dikalangan para pengguna Vespa Kota Bandung. Untuk menjawab tujuan tersebut, maka yang akan di analisis didalam penelitian ini tentang aktivitas, minat dan citra diri Komunitas Beat Boys Bandung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan informan yang berjumlah 5 (lima) orang dan 1 (satu) informan kunci. Data yang diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi, studi literatur, internet searching. Adapun teknik analisis data yang digunakan adalah penyeleksian data, klasifikasi data, merumuskan hasil penelitian, menganalisa hasil penelitian, dan penarikan kesimpulan. Dimana komunitas Beat Boys merupakan salah satu komunitas Vespa yang memiliki gaya hidup lumayan cukup tinggi. Dikarenakan komunitas Beat Boys merupakan komunitas yang sangat mementingkan keoriginalan semua komponen motor Vespa serta keoriginalanan merk pakaian yang mereka gunakan. Baik itu baju, jaket, parka, sepatu serta asesoris yang lainnya yang mendukung gaya hidup komunitas Beat Boys. (Ghita Khalida NIM. 10080006041/Ilmu Komunikasi UNISBA : 2010).

Tabel 2.1
Rekapitulasi Penelitian Terdahulu yang Sejenis

Nama	Ria Dwi Mutiara	Bagus Sukma Julianto	Ghita Khalida
Tahun	2013	2014	2010
Perguruan Tinggi	UNIKOM	UNIKOM	UNISBA

Judul	Perilaku Komunikasi sales Promotion Girl Provider XL Axiata (Studi Kasus Mengenai Perilaku Komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata Dalam Memberikan Pelayanan Terhadap Konsumen di Dukomsel Kota Bandung).	PERILAKU KOMUNIKASI KAUM BISEKSUAL (Studi Fenomenologi tentang Perilaku Komunikasi Kaum Biseksual Kota Bandung).	Gaya hidup Komunitas Beat Boys Bandung
Metode	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif
	Hasil penelitian ini menunjukan perilaku komunikasi Sales Promotion Girl Provider XL Axiata dalam memberikan pelayanan terhadap konsumen berupa penggunaan bahasa Indonesia serta sesekali berbahasa Sunda, penggunaan salam sambutan penggunaan gerakan tangan dan kepala, ekspresi wajah dan kontak mata yang ditunjukan, penggunaan seragam berlogo XL	Hasil penelitian menunjukan bahwa kaum biseksual memiliki motif tersendiri yang mana motif tersebut mendasari mereka untuk menjadi seorang biseksual. Mereka bersikap normal untuk menghindari kecurigaan orang-orang yang berada diantara mereka. Begitupun dengan panggung tengah, mereka dapat menjaga sikapnya saat berada di area ini. Mereka memiliki cara tersendiri untuk dapat menciptakan kesan yang positif	Hasil pada penelitian ini dimana komunitas Beat Boys merupakan salah satu komunitas Vespa yang memiliki gaya hidup lumayan cukup tinggi. Dikarenakan komunitas Beat Boys merupakan komunitas yang sangat mementingkan keoriginalan semua komponen motor Vespa serta keoriginalanan merk pakaian yang mereka gunakan. Baik itu baju, jaket, parka, sepatu serta

	Axiata, beberapa karakter fisik yang dimilikinya Dan yang terakhir adalah adanya motif masa lalu yang berasal dari pengalaman dan ajakan teman serta motif masa depan untuk mendapatkan uang dan bentuk tanggungjawab terhadap perusahaan.Saran sebaiknya	di lingkungan kehidupannya. Pengelolaan kesan yang dibentuk berupa simbol - simbol yang meliputi gaya berpenampilan, berperilaku, gaya bicara, dan lain-lain.	asesoris yang lainnya yang mendukung gaya hidup komunitas Beat Boys.

Sumber : Penulis, 2015

2.1.2 Tinjauan tentang Ilmu Komunikasi

Komunikasi merupakan jalur penting yang menghubungkan kita di dunia, sarana kita menampilkan kesan, mengekspresikan diri, mempengaruhi orang lain dan lain-lain, maka melalui komunikasi lah kita membangun hubungan dengan beragam jenisnya, dengan begitulah komunikasi sangatlah mendasar bagi kehidupan kita.

Di manapun kita tinggal dan apapun pekerjaan kita, kita selalu membutuhkan komunikasi dengan orang lain. Komunikasi adalah suatu topikyang amat sering dierbincangkan di berbagai kalangan. Kata komunikasi atau communication dalam bahasa Ingris berasal dari bahasa Latin communis yang berarti "sama", *communico, communicatio*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" *(to make common)*. Istilah pertama *(communis)* adalah istilah yang paling disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari

kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

2.1.2.1 Pengertian Ilmu Komunikasi

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Komunikasi menyarankan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama.

Seseorang melakukan komunikasi karena ingin mengadakan hubungan dengan lingkungannya serta komunikasi dilakukan dengan berbagai media agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan benar, sebagaimana yang diungkapkan oleh Lasswell sebagai berikut :

> "Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan siapa, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat apa atau hasil apa."

Komunikasi dapat dilihat dari pernyataan Deddy Mulyana, "Komunikasi adalah proses berbagai makna melalui perilaku verbal dan non verbal. Segala perilaku dapat disebut komunikasi jika melibatkan dua orang atau lebih". (Mulyana 2005:3).

Definisi-definisi sebagaimana dikemukakan diatas, tentu belum mewakili semua definisi yang telah dibuat oleh para ahli. Namun paling tidak kita telah memperoleh gambaran tentang apa yang dimaksud komunikasi.

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses melalui mana individu dalam hubungan, kelompok, organisasi, dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi tersebut untuk berhubungan satu sama lain dengan lingkungan.

2.1.2.2 Proses Komunikasi

Secara umum banyak ilmuwan sepakat bahwa komunikasi itu merupakan sebuah proses penymapaian pesan dalam bentuk ide, gagasan, pikiran, emosi, perilaku, dan sebagainya. dalam proses komunikasi terdapat empat kemungkinan jenis pesan Verbal disengaja; Verbal tidak disengaja; Non Verbal disengaja; Non Verbal tidak disengaja. Pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Pesan verbal tidak disengaja adalah sesuatu yang dikatakan tanpa bermaksud mengatakannya. Perbedaan antara pesan non verbal disengaja dan tidak disengaja adalah dalam aspek keinginan.

Onong Uchjana Efendi (2003:11) membagi proses komunikasi dalam dua sisi, yaitu proses komunikasi secara primer dan sekunder. Proses komunikasi primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Sementara itu, proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain menggunakan alat dan sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Proses komunikasi terdiri dari penyebar pesan, pesan, dan penerima pesan.

2.1.2.3 Fungsi Komunikasi

Harold D. Laswell (1948), memaparkan bahwa fungsi komunikasi sebagai berikut :

1. Menjaga atau mengawasi lingkungan *(surveillance of the environment)*
2. Menghubungkan bagian-bagian yang terpisah dari masyarakat untuk lingkungannya *(correlation of the part of society in responding to the environtment)* dan
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya *(transmission of social heritage)*.

Fungsi Komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, dapat dijelaskan seperti berikut :

1. Komunikasi Sosial

   Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikator itu penting untuk membangun konsep-diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar daritekanan dan ketegangan, anatar lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain (Mulyana, 2010 : 5).

2. Komunikasi Ekspresif

   Komunikasi ekspreasif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrument untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita" (Mulyana, 2010:21).

3. Komunikasi Ritual

   Komunikasi ritual sering juga bersifat ekspresif, menyatakan perasaan terdalam seseorang. Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional dan menjadi perekat bagi kepaduan mereka, juga sebagai pengabdian kepada kelompok. Bukanlah substansi kegiatan ritual itu sendiri yang terpenting, melainkan perasaan senasib sepenanggungan yang menyertainya, perasaan bahwa kita terikat oleh sesuatu yang lebih besar daripada diri kita sendiri, yang bersifat abadi, danbahwa kita diakui dan diterima dalam kelompok kita (Mulyana, 2010 : 25).

4. Komunikasi Instrumental

   Mempunyai beberapa tujuan umum : menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja kita gunakan untuk menciptakan dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat kita gunakan dalam komunikasi kita untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama. Komunikasi berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Mulyana, 2010 : 30).

2.1.2.4 Unsur-unsur Komunikasi

Paradigma Harold D. Lasswell menunjukan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan sebagai berikut *"Who Says What in Which Channel to Whom With What Effect?"* yaitu :

1. Komunikator.

   Komunikator adalah pihak yang menyampaikan atau mengirm pesan kepada khalayak karena itu komunikator biasa di sebut pengirim, sumber, *source*, atau *encoder*. (Cangara,2005:81).

2. Pesan.

   Pesan (*massage*) dalam komunikasi tidak lepas dari simbol dan kode, karena pesan yang di kirim oleh komunikator kepada penerima terdiri atas rangkaian simbol dan kode baik secara verbal maupun non verbal.(Cangara,2005:93).

3. Media.

   Media adalah alat atau sarana yang di gunakan untuk menyampaika pesan dari komunikator kepada komunikan. (Cangara,2005:119).

4. Komunikan.

   Komunikan biasa di sebut dengan penerima, sasaran, pembaca, pendengar, penonton, pemirsa, decoder, atau khalayak. Komunikan dalam studi komunikasi bisa berupa individu, kelompok, dan masyarakat. (Cangara,2005:135).

5. Efek.

   Efek atau pengaruh adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan. (Cangara,2005:147).

2.1.2.5 Bentuk-bentuk Komunikasi

Bentuk-bentuk komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam bukunya Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, diantaranya :

1. Komunikasi Intrapribadi *(Intapersonal Communication)*

   Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik disadari atau tidak. Contohnya berpikir. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks konteks lainnya, meskipun dalam disiplin ilmu komunikasi tidak dibahas secara rinci dan tuntas. Dengan kata lain, komunikasi intrapribadi ini inheren dalam komunikasi dua-orang, tiga-orang, dan seterusnya, karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain kita biasanya berkomunikasi dengan dirisendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain), hanya saja caranya sering tidak disadari. Keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasi kita dengan diri sendiri (Mulyana, 2010: 80).

2. Komunikasi Antarpribadi *(Interpersonal Communication)*

   Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya

menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Sebagai komunikasi yang paling lengkap dan paling sempurna, komunikasi antarpribadi berperan hingga kapanpun, selama manusia masih mempunyai emosi (Mulyana, 2010:81).

3. Komunikasi Kelompok *(group communication)*

   Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut. Kelompok ini misalnya adalah keluarga, tetangga, kawan-kawan terdekat, kelompok diskusi, kelompok pemecah masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dengan demikian, komunikasi kelompok biasanya merujuk pada komunikasi yang dilakukan kelompok kecil tersebut (Mulyana, 2010:82).

4. Komunikasi Publik *(public communication)*

   Komunikasi publik adalah komuniaksi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak) yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi demikian sering juga disebut pidato, ceramah, atau kuliah (umum). Komunikasi publik biasanya berlangsung lebih formal dan lebih sulit daripada komunikasi antarpribadi atau komunikasi kelompok, karena komunikasi publik

menuntut persiapan pesan yang cermat, keberanian, dan kemampuan menghadapi sejumlah besar orang. Komunikasi publik sering bertujuan memberikan penerangan, menghibur, memberikan penghormatan, atau membujuk (Mulyana, 2010:82).

5. Komunikasi Oganisasi *(Organizational Communication)*

   Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi yang terjadi di dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya juga komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni : komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal. Sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gossip (Mulyana, 2010:83).

6. Komunikasi Massa *(Mass Commnication)*

   Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah), maupun elektronik (radio, televisi), yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen. Pesan-pesannya

bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak, dan selintas (khususnya media elektronik) (Mulyana, 2010:83).

2.1.2.6 Konseptualisasi Komunikasi

Menurut John R. Wenburg dan Wiliam W. Wilmot juga Keneth K. Sereno dan Edward M. Bodaken, Konseptualisasi komunikasi dibagi menjadi tiga pandangan pemahaman sebagaimana dikutip oleh Deddy Mulyana dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar diantaranya :

1. Komunikasi sebagai tindakan satu arah

   Suatu pemahaman popular mengenai komuinkasi manusia adalah komunikasi yang mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari sesorang kepada seseorang lainnya, baik secara langsung (tatap muka) maupun melalui media. Misalnya, seseorang itu mempunyai informasi mengenai suatu masalah, lalu ia menyampaikan kepada orang lain, orang lain mendengarkan, dan mungkin berperilaku sebagai hasil mendengarkan pesan tersebut, lalu dianggap komunikasi sudah terjadi. Jadi komunikasi diabggap suatu proses linier yang dimulai dengan sumber atau pengirim dan berkahir pada penerima, sasaran atau tujuannya. Pemahaman komunikasi sebagai proses satu arah boleh di aplikasikan pada komunikasi tidak langsung, seperti pada pidato yang tidak melibatkan banyak Tanya jawab dan komunikasi massa (cetak dan elektronik). (Mulyana, 2010 :67).

2. Komunikasi sebagai interaksi

Pandangan komunikasi sebagai interaksi menyetarakan komunikasi dengan proses sebab-akibat atau aksi-reaksi, yang arahnya bergantian. Seseorang menyampaikan pesan, baik verbal maupun non verbal, seseorang penerima bereaksi dengan member jawaban verbal atau menganggukan kepala, kemudian orang pertama bereaksi lagi setelah menerima respon atau umpan balik dari orang kedua, dan begitu seterusnya. Pokoknya masing-masing dari kedua pihak berfungsi secara berbeda, bila yang satu sebagai pengirim, maka tang satunya lagi sebagai penerima. Begitu pula sebaliknya. Komunikasi sebagai interaksi dipandang sedikit lebih dinamis dari pada komunikasi sebagai tindakan satu arah. Namun pandangan kedua ini masih membedakan para peserta sebagai pengirim dan pemnerima pesan, karena itu masih tetap berorientasi sumber, meskipun kedua peran tersebut dianggap bergantian. Jadi, pada dasarnya proses interaksi yang berlangsung juga masih bersifat mekanis dan statis. Salah satu unsur yang dapat ditambahkan dalam konseptualisasi kedua ini adalah umpan balik, yakni apa yang disampaikan penerima pesan kepada sumber pesan, yang sekaligus digunakan sumber pesan sebagai petunjuk mengenai efektivitas pesan yang disampaikan sebelumnya (Mulyana, 2010 : 72).

3. Komunikasi sebagai transaksi

> Dalam konteks ini komunikasi adalah proses personal karena makna atau pemahaman yang kita peroleh pada dasarnya bersifat pribadi. Kelebihan konseptualisasi komunikasi sebagai transaksi adalah bahwa komunikasi tersebut tidak membatasi kita pada komunikasi yang disengaja atau respon yang dapat diamati, artinya, komunikasi terjadi apakah para pelakunya mengajak atau tidak, dan bahkan meskipun menghasilkan respons yang tidak dapat diamati. Dalam komunikasi transaksional, komunikasi dianggap telah berlangsung bila seseorang telah menafsirkan perilaku orang lain (Mulyana, 2010 :74).

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Kelompok

2.1.3.1 Pengertian Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Deddy Mulyana, 2005). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Menurut Michael Burgoon (Deddy Mulyana, 2005) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang

atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Telah banyak klasifikasi kelompok yang dilahirkan oleh para ilmuwan sosiologi, namun dalam kesempatan ini kita sampaikan hanya tiga klasifikasi kelompok.

Adapun pengertian komunikasi kelompok menurut Alvin A. Goldberg adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil, dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara - cara bagaimana yang harus ditempuh. Sebab, bagaimanapun juga dari sudut pandang komunikasi kelompok sudah dapat dibayangkan bahwa dalam jangka panjang pemusatan perhatian pada deskripsi dan analisa mungkin akan berguna dalam menguatkan proses diskusi kelompok daripada seperangkat aturan yang paling baik sekalipun.

Sedangkan menurut Michael Burgoon (Deddy Mulyana, 2005 : 58) mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih, dengan tujuan yang telah diketahui, seperti berbagi informasi, menjaga diri, pemecahan masalah, yang mana anggota-anggotanya dapat mengingat karakteristik pribadi anggota-anggota yang lain secara tepat. Sementara komunikasi kelompok berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Sekelompok orang yang menjadi komunikan itu bisa sedikit, bisa banyak. Apabila jumlah orang yang dalam kelompok itu sedikit yang berarti

kelompok itu kecil, komunikasi yang berlangsung disebut komunikasi kelompok kecil; jika jumlahnya banyak yang berarti kelompoknya besar dinamakan komunikasi kelompok besar.

2.1.3.2 Kelompok primer dan sekunder

Charles Horton Cooley pada tahun 1909 (dalam Jalaludin Rakhmat, 2008) mengatakan bahwa kelompok primer adalah suatu kelompok yang anggota - anggotanya berhubungan akrab, personal, dan menyentuh hati dalam asosiasi dan kerja sama. Sedangkan kelompok sekunder adalah kelompok yang anggota - anggotanya berhubungan tidak akrab, tidak personal, dan tidak menyentuh hati kita

Jalaludin Rakhmat membedakan kelompok ini berdasarkan karakteristik komunikasinya, sebagai berikut: Kualitas komunikasi pada kelompok primer bersifat dalam dan meluas. Dalam, artinya menembus kepribadian kita yang paling tersembunyi, menyingkap unsur-unsur *backstage* (perilaku yang kita tampakkan dalam suasana privat saja). Meluas, artinya sedikit sekali kendala yang menentukan rentangan dan cara berkomunikasi. Pada kelompok sekunder komunikasi bersifat dangkal dan terbatas. Perbedaan antara kelompok primer dan sekunder :

1. Komunikasi pada kelompok primer bersifat personal, sedangkan kelompok sekunder nonpersonal.
2. Komunikasi kelompok primer lebih menekankan aspek hubungan daripada aspek isi, sedangkan kelompok primer adalah sebaliknya.

3. Komunikasi kelompok primer cenderung ekspresif, sedangkan kelompok sekunder instrumental.
4. Komunikasi kelompok primer cenderung informal, sedangkan kelompok sekunder formal.

2.1.3.3 Pengaruh kelompok pada perilaku komunikasi

1. Konformitas.

   Konformitas adalah perubahan perilaku atau kepercayaan menuju (norma) kelompok sebagai akibat tekanan kelompok-yang real atau dibayangkan. Bila sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, ada kecenderungan para anggota untuk mengatakan dan melakukan hal yang sama. Jadi, kalau anda merencanakan untuk menjadi ketua kelompok,aturlah rekan-rekan anda untuk menyebar dalam kelompok. Ketika anda meminta persetujuan anggota, usahakan rekan-rekan anda secara persetujuan mereka. Tumbuhkan seakan-akan seluruh anggota kelompok sudah setuju. Besar kemungkinan anggota-anggota berikutnya untuk setuju juga.

2. Fasilitasi sosial.

   Fasilitasi (dari kata Prancis *facile,* artinya mudah) menunjukkan kelancaran atau peningkatan kualitas kerja karena ditonton kelompok. Kelompok mempengaruhi pekerjaan sehingga menjadi lebih mudah. Robert Zajonz (1965) menjelaskan bahwa kehadiran orang lain-dianggap menimbulkan efek pembangkit energi pada perilaku individu. Efek ini terjadi pada berbagai situasi sosial, bukan hanya didepan orang yang

menggairahkan kita. Energi yang meningkat akan mempertingi kemungkinan dikeluarkannya respon yang dominan. Respon dominan adalah perilaku yang kita kuasai. Bila respon yang dominan itu adalah yang benar, terjadi peningkatan prestasi. Bila respon dominan itu adalah yang salah, terjadi penurunan prestasi. Untuk pekerjaan yang mudah, respon yang dominan adalah respon yang banar; karena itu, peneliti-peneliti melihat melihat kelompok mempertinggi kualitas kerja individu.

3. Polarisasi.

   Polarisasi adalah kecenderungan ke arah posisi yang ekstrem. Bila sebelum diskusi kelompok para anggota mempunyai sikap agak mendukung tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan lebih kuat lagi mendukung tindakan itu. Sebaliknya, bila sebelum diskusi para anggota kelompok agak menentang tindakan tertentu, setelah diskusi mereka akan menentang lebih keras. (Deddy Mulyana, 2005)

2.1.3.4 Faktor yang mempengaruhi keefektifan kelompok

Anggota-anggota kelompok bekerja sama untuk mencapai dua tujuan: a. melaksanakan tugas kelompok, dan b. memelihara moral anggota-anggotanya. Tujuan pertama diukur dari hasil kerja kelompok-disebut prestasi *(performance)* tujuan kedua diketahui dari tingkat kepuasan *(satisfacation)*. Jadi, bila kelompok dimaksudkan untuk saling berbagi informasi (misalnya kelompok belajar), maka keefektifannya dapat dilihat dari beberapa banyak informasi yang diperoleh anggota kelompok dan sejauh mana anggota dapat

memuaskan kebutuhannya dalam kegiatan kelompok. Untuk itu faktor-faktor keefektifan kelompok dapat dilacak pada karakteristik kelompok, yaitu:

a. ukuran kelompok
b. jaringan komunikasi
c. kohesi kelompok

(Deddy Mulyana, 2010 : 45)

2.1.3.5 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Ada dua karakteristik yang melekat pada suatu kelompok, yaitu norma dan peran. Norma adalah persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang - orang dalam suatu kelompok berprilaku satu dengan yang lainnya. Kadang - kadang norma yang disebut oleh para sosiolog dengan nama "hukum" *(law)* ataupun "aturan" *(rule)*, yaitu prilaku-prilaku apa saja yang pantas dan tidak pantas untuk dilakukan untuk suatu kelompok. Jika norma diberi batasan sebagai ukuran kelompok yang dapat diterima, maka peran *(role)* merupakan pola-pola prilaku yang diharapkan dari setiap anggota kelompok. Ada dua fungsi peran dalam suatu kelompok, yaitu fungsi tugas dan fungsi pemeliharaan. (Deddy Mulyana, 2010)

2.1.3.6 Komunitas

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dari beberapa organisme yang berbagi lingkungan, umumnya memiliki ketertarikan yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Komunitas berasal dari bahasa Latin *communitas* yang berarti

"kesamaan", kemudian dapat diturunkan dari *communis* yang berarti "sama, publik, dibagi oleh semua atau banyak". Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas *(community)* yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas merujuk pada sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, dan mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan ada komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama dan komunikasi berperan dan menjelaskan kebersamaan itu. Oleh karena itu, komunitas juga berbagi bentuk - bentuk komunikasi yang berkaitan dengan seni, agama, dan bahasa, dan masing - masing bentuk tersebut mengandung dan menyampaikan gagasan, sikap, perspektif, pandangan yang mengakar kuat dalam sejarah komunitas tersebut.(Jalaludin Rahmat,2008)

2.1.4 Tinjauan Tentang Perilaku Komunikasi

Meninjau pada Kuswarno (2013:103) perilaku komunikasi yaitu penggunaan lambang - lambang komunikasi. Lambang – lambang dalam perilaku komunikasi terdiri dari lambang verbal dan non verbal. Perilaku pada hakekatnya merupakan tanggapan atau balasan *(respons)* terhadap rangsangan *(stimulus)*, karena itu rangsangan mempengaruhi tingkah laku. Intervensi organisme terhadap stimulus respon dapat berupa kognisi sosial, persepsi, nilai, atau konsep. Perilaku adalah satu hasil dari peristiwa atau proses belajar. Proses tersebut adalah proses alami. Sebab musabab perilaku harus dicari pada lingkungan eksternal manusia bukan dalam diri manusia itu sendiri.

2.1.4.1 Faktor Personal yang Mempengaruhi Perilaku

Terdapat beberapa faktor personal yang mempengaruhu perilaku manusia yaitu :

1. Faktor Biologis

   Faktor biologis terlibat dalam seluruh kegiatan manusia, bahkan berpadu dengan faktor - faktor sosiopsikologis. Bahwa warisan biologis manusia menentukan perilakunya. Aliran sosiobiologi memandang segala kegiatan manusia berasal dari struktur biologinya. Menurut Wilson, perilaku sosial dibimbing oleh aturan-aturan yang sudah diprogram secara genetis dalam jiwa manusia *(epigenetic rules)*. Struktur genetis, misalnya mempengaruhi kecerdasan, kemampuan sensasi, dan emosi. Sistem saraf mengatur pekerjaan otak dan proses pengolahan informasi dalam jiwa manusia. Sistem hormonal bukan saja mempengaruhi mekanisme biologis, tetapi juga proses psikologis (Rahmat 2008:33).

2. Faktor Sosiopsikologis

   Karena manusia makhluk sosial, dari proses sosial ia memperoleh beberapa karakteristik yang mempengaruhi perilakunya. hal itu dapat diklasifikasi kedalam tiga komponen : afektif, kognitif, dan konatif. (Rahmat 2008:36).

2.1.4.2 Faktor Situasional yang Mempengaruhi Perilaku

Delgado menyimpulkan bahwa respons otak sangat dipengaruhi oleh “setting” atau suasana yang melingkupi organisme (Rahmat 2008:43).

Edward G. Sampson merangkumkan seluruh faktor situasional sebagai berikut:

1. Faktor temporal

   Waktu dapat mempengaruhi bioritma manusia dalam kehidupan.

2. Analisis suasana perilaku

   Lingkungan dapat memberikan efek-efek tertentu terhadap perilaku manusia.

3. Faktor teknologis

   Revolusi teknologi seringkali disusul dengan revolusi dalam perilaku sosial.

4. Faktor sosial

   Sistem peranan yang ditetapkan dalam suatu masyarakat, struktur kelompok dan organisasi, karakteristik populasi, adalah faktor – faktor sosial yang menata perilaku manusia. Secara singkat, pengelompokkannya adalah sebagai berikut:

   a. Struktur organisasi

   b. Sistem peranan

   c. Struktur kelompok

   d. Karakteristik populasi

2.1.5 Tinjauan Tentang Komunikasi Verbal

2.1.5.1 Pengertian Komunikasi Verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Bahasa dapat juga dianggap sebagai sistem kode verbal.

Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol – simbol tersebut, yang digunakan dan dipahami suatu komunitas (Mulyana, 2010:260). Bahasa verbal adalah sarana untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempresentasikan berbagai aspek realitas individual kita.

2.1.5.2 Hakikat Bahasa

Pesan verbal menggunakan bahasa *alfanumerik* yang tercatat sebagai salah satu presentasi kemanusiaan yang paling mengesankan. Sekitar 10.000 bahasa dan dialek berbeda di gunakan saat ini, dan masing-masing keadaanya unik dalam beberapa hal. Ada juga sejumlah persamaan antar bahasa. Semua bahasa lisan, misalnya, menggunakan perbedaan antara huruf vokal dan konsonan. setiap bahasa memiliki pola yang dapat di identifikasi dan menetapkan aturan relatif terhadap :

1. Fonologi. Cara suara digabungkan menjadi kata-kata
2. Sintaksis. Cara kata-kata digabungkan menjadi kalimat
3. Semantik. Arti kata-kata atas dasar hubungan mereka satu dengan yang lain dan dengan unsur-unsur lingkungan
4. Pragmatik. Cara di mana bahasa digunakan dalam praktik.(Engkus, 2013:140)

2.1.5.3 Fungsi Bahasa

Menurut Larry L. Barker (dalam Deddy Mulyana, 2010;266) bahasa mempunyai tiga fungsi: penamaan (naming atau labeling), interaksi, dan transmisi informasi.

1. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasikan objek, tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi.
2. Fungsi interaksi menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan.
3. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain, inilah yang disebut fungsi transmisi dari bahasa. Keistimewaan bahasa sebagai fungsi transmisi informasi yang lintas-waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini, dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita.

2.1.6 Tinjauan Tentang Komunikasi Non Verbal

2.1.6.1 Pengertian Komunikasi non verbal

Komunikasi non verbal adalah komunikasi dengan menggunakan simbol selain kata-kata seperti nada bicara, ekspresi wajah dan lain-lain. Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Secara teoritis komunikasi nonverbal dan komunikasi verbal dapat dipisahkan. Namun dalam kenyataannya, kedua jenis komunikasi ini saling jalin menjalin, saling melengkapi dalam komunikasi yang kita lakukan sehari-hari. Menurut Edward T. Hall mengartikan komunikasi non verbal sebagai berikut :

"Komunikasi non verbal adalah sebuah bahasa diam *(silent language)* dan dimensi tersembunyi *(hidden dimension)* karena pesan non verbal yang tertanam dalam konteks komunikasi". (Mulyana, 2010:344).

Secara garis besarnya menurut Larry A. Samovar, Richard E. Porter, Edwin R McDaniel dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Lintas Budaya, membagi pesan non verbal kedalam dua kategori sebagai berikut :

1. Perilaku yang terdiri dari penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan, dan parabahasa.
2. Ruang, waktu, dan diam. (dalam Deddy Mulyana, 2010:299)

2.1.6.2 Fungsi Komunikasi Non Verbal

Menurut Paul Ekman menyebutkan lima fungsi pesan nonverbal, seperti yang dapat dilukiskan dengan perilaku mata komunikasi non verbal sebagai berikut :

1. *Emblem*. Gerakan mata tertentu merupakan simbol yang memiliki kesetaraan dengan simbol verbal. Kedipan mata dapat mengatakan, "Saya tidak sungguh-sungguh".
2. *Ilustrator*. Pandangan kebawah dapat menunjukan depresi atau kesedihan.
3. *Regulator*. Kontak mata berarti saluran percakapan terbuka. Memalingkan muka menandakan ketidaksediaan berkomunikasi.
4. Penyesuai. Kedipan mata yang cepat meningkat ketika orang berada dalam tekanan. itu merupakan respons tidak disadari yang merupakan upaya tubuh untuk mengurangi kecemasan.
5. *Affect Display*. Pembesaran manik-mata *(pupil dilation)* menunjukan peningkatan emosi. Isyarat wajah lainnya menunjukan perasaan takut, terkejut atau senang.

Komunikasi non verbal bisa dikatakan hanya menggunakan isyarat atau tidak menggunakan kata-kata yang lisan, tapi tetap saja memiliki fungsi dalam penggunaannya.

Menurut Mark Knapp (1978) menyebutkan bahwa penggunaannya komunikasi non verbal memiliki fungsi untuk :

1. Meyakinkan apa yang diucapkannya *(repletion).*
2. Menunjukan perasaan dan emosi yang tidak bisa diutarakan dengan kata-kata *(substitution).*
3. Menunjukan jati diri sehingga orang lain bisa mengenalnya *(identity).*
4. Menambah atau melengkapi ucapan-ucapan yang dirasakan belum sempat. (Cangara, 2005:106).

2.1.6.3 Ciri-ciri Komunikasi Non Verbal

Devito mengemukakan bahwa pesan-pesan nonverbal mempunyai ciri-ciri umum, yaitu :

1. Perilaku komunikasi bersifat komunikatif, yaitu dalam situasi interaksi, perilaku demikian selalu mengkomunikasikan sesuatu.
2. Komunikasi non-verbal terjadi dalam suatu konteks yang membantu menentukan makna dari setiap perilaku non-verbal.
3. Pesan nonverbal biasanya berbentuk paket, pesan-pesan nonverbal saling memperkuat, adakalanya pesan-pesan ini saling bertentangan.
4. Pesan nonverbal sangat di percaya, umumnya bila pesan verbal saling bertentangan, kita mempercayai pesan nonverbal.
5. Komunikasi nonverbal di kendalikan oleh aturan.

6. Komunikasi nonverbal seringkali bersifat metakomunikasi, pesan nonverbal seringkali berfungsi untuk mengkomentari pesan-pesan lain baik verbal maupun non-verbal.

2.1.6.4 Jenis Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal yang kita anggap cukup penting ternyata dapat diklasifikasikan berdasarkan jenis-jenis pesan yang digunakannya. Dari jenis komunikasi non verbal yang pernah diberikan oleh para ahli sangat beragam. Adapun jenis-jenis komunikasi non verbal yaitu sebagai berikut :

1. Bahasa tubuh :
    a. Isyarat tangan
    b. Gerakan tangan
    c. Postur tubuh dan posisi kaki
    d. Ekspresi wajah dan tatapan mata
2. Sentuhan
3. Parabahasa
4. Penampilan fisik :
    a. Busana
    b. Karakteristik fisik
5. Bau-bauan
6. Orientasi ruang dan jarak pribadi :
    a. Ruang pribadi dan ruang publik
    b. Posisi duduk dan pengatutan ruangan
7. Konsep waktu

8. Diam

9. Warna

10. Artefak (Mulyana, 2010:353)

2.1.7 Tinjauan Tentang Motif

2.1.7.1 Pengertian Motif

Melihat pernyataan dalam Kuswarno (2013:192), motif adalah dorongan untuk menetapkan suatu pilihan perilaku yang secara konsisten dijalani oleh seseorang sedangkan alasan adalah keputusan yang pertama kali keluar pada diri seseorang ketika dirinya mengambil suatu tindakan tertentu.

Motif merupakan konfigurasi makna yang menjadi landasan untuk bertindak, oleh karena itu motif menjadi penting dalam setiap tindakan informan. Pentingnya motif untuk meninjau diri informan terdapat dalam pernyataan Schutz. Menurut Schutz terdapat dua macam motif yaitu : *in order to motive dan because motive. because motive* merupakan motif yang berorientasi ke masa lalu jadi merujuk pada pengalaman masa lalu aktor. Sedangkan *in order to motif* merupakan motif yang berorientasi ke masa depan.

Menurut hal tersebut dapat dikatakan bahwa sebuah motif terdapat fase historis, yaitu masa lalu dan masa depan, sehingga tindakan apapun yang dilakukan oleh seseorang baik di masa lalu dan masa yang akan datang tersebut dilatari oleh motif.

2.1.8 Tinjauan Tentang Mod

2.1.8.1 Sejarah Mod

Mod adalah satu fenomena sosial yang kompleks yang terjadi di Inggris pada tahun 60-an (dimulai akhir tahun 50-an tepatnya pada tahun 1958) di kota London. Dimana para pemuda di London yang saat itu berada pada kondisi ekonomi yang kurang baik, tetapi mereka tetap ingin mempertahankan kesempurnaan dari gaya personal mereka. Mereka terobsesi dengan *American rhythm and blues* dan *Italian motor scooters.* Puncak kejayaan era mod ini terjadi dari tahun 1962 sampai akhir tahun 70-an dan menyebar luas ke seluruh dunia.

Mod yang sudah menjadi salah satu gaya hidup sudah pasti mencakupi semua hal dari musik sampai fashionnya. Kata Mod itu sendiri sebenarnya berasal dari kata *Modernist/ Modern/ Modern Jazz* (karena selera musik mereka pada saat itu terfokus pada modern jazz). Seiring meluasnya gaya hidup ini di London sampai daerah utara Inggris, ciri khas para modernist ini semakin kelihatan. Mereka mengendarai skuter Itali, cara berpakaian yang rapih dan bervariasi (dengan konsep *Do It Yourself,* karena saat itu perekonomian sangat sulit tapi keinginan untuk tetap gaya masih sangat kuat jadi mereka membuat baju mereka sendiri dan dari sinilah muncul fenomena baru lagi, yaitu era butik).

Mod sendiri juga mengalami metamorfosa perubahan era, dari *"Modernists"* (era 50 Revivalists" (era 70 dengan 90-an). Mods juga dikenal karena identik dengan lambang lingkaran (target) berwarna biru, merah dan

putih. Lambang ini sebenarnya diambil dari emblem identitas *Royal Air Force (RAF),* Angkatan Udara Inggris. Secara historis, lambang ini pun tidak sepenuhnya berasal dari RAF, melainkan justru terinspirasi dari bendera Prancis. Berawal dari Perang Dunia I, di mana lambang Union Jack Inggris yang terda pesawat mereka sekilas tampak sama dengan lambang salib Jerman, musuh mereka. Sehingga dipandang perlu untuk memakai lambang lain untuk menghindari insiden salah tembak.

Istilah mods berasal dari modernis, yang merupakan istilah yang digunakan pada 1950-an untuk menggambarkan musisi jazz modern dan fans. Penggunaan ini berlawanan dengan istilah tradisional, yang menggambarkan para pemain dan penggemar musik jazz tradisional. The Absolute Beginners 1959 novel oleh Colin MacInnes modernis menggambarkan sebagai seorang penggemar jazz muda modern yang tajam pakaian gaun di Italia modern. Absolute Beginners mungkin salah satu contoh tertulis paling awal dari modernis istilah yang digunakan untuk menggambarkan gaya anak muda Inggris-sadar penggemar jazz modern. Para modernis kata dalam pengertian ini seharusnya tidak bingung dengan penggunaan yang lebih luas dari istilah modernisme dalam konteks sastra, seni, desain dan arsitektur.

Para Mod boys menghabiskan uang mereka agar mereka bisa tampil se-*dandy*/rapih mungkin. Mengendarai skuter adalah salah satu point penting yang jadi bagian dari wardrobe mereka juga. Dan para Mod girls juga begitu walau mereka tidak harus memiliki skuter. Para mods selalu mempunyai gaya yang

rapi, bersih, dan *simple* dan *boyish look*. Mod boys mengenakan *make-up* dan terkadang membawa *handbags* juga.

Fenomenal yang orisinil dari mods terbagi menjadi empat, yaitu:

1. *The Art school or high camp version* : mengeksplorasi *image* baru dari gaya cowok yang jauh dari *clumsiness* dan maskulinitas, mereka sangat *dressed-up* dan *often* memakai *make-up* dan membawa *handbags.*

2. *Mainstream mods* : mereka mengenakan suit atau setelan yang rapi dan bersih, jas dan celana lurus, *pointed shoes*, ditemani oleh wanita dengan rambut pendek, berkeliling ke club-club memamerkan busana mereka dan menunjukkan gaya dansa baru.

3. *Scooter boys* : mereka mengenakan *suit* dan *coat* pada malam hari, jeans lebar dan sepatu kanvas. Tidak ketinggalan skuter Itali mereka yang di kelas pekerja sudah seperti sebuah *sport-car.*

4. *Hard mods* : mengenakan sported jeans dengan *bottom strata*, dan memakai *boot*. Dari sinilah berasalnya *skinheads* diakhir tahun 60-an.[3]

Jobling dan Crowley menyebutkan subkultur mod adalah "mode terobsesi dan *hedonistik* dari *hyper-keren* ", pemuda-pemuda yang tinggal di kota London atau kota-kota baru di selatan London. Karena dengan peningkatan kemakmuran pasca-perang Inggris, para pemuda tahun 1960-an awal adalah salah satu generasi pertama yang tidak harus menyumbangkan uang mereka dari pekerjaan. Sebagai mod, remaja dan dewasa mulai menggunakan pendapatan mereka untuk membeli pakaian,

[3] http://www.otosia.com/berita/mod-mayday-membawa-subkultur-vespa-london-ke-bali.html/ pada hari kam is 25/03/2014 pukul 19.04 WIB

toko-toko butik pertama dibuka di kota London yaitu di Carnaby Street dan Kings Road.

Mod fashion mengadopsi gaya Italia dan Prancis, baru sebagai reaksi terhadap perlawanan terhadap para *Rocker* (kultur komunitas motor-motor besar), yang dipandang terperangkap dengan gaya berpakaian tahun 1950-an, dengan sepeda motor dan jaket kulit. Mods mengadopsi gaya berpakain Italia, yaitu setelan *tailor-made* (kadang-kadang berwarna putih) dengan kerah yang sempit, pakaian mohair, dasi tipis, kemeja berkerah, sweater kasmir (*crewneck* atau *V-neck*), sepatu kulit *winklepickers*, dan gaya rambut aktor-aktor Perancis era Nouvelle, seperti Jean-Paul Belmondo.

Mod melawan norma-norma gender dengan berpenampilan mereka menggunakan *make-up* seperti *eyeshadow*, *eyepencil* atau bahkan lipstik. Para kaum mods mengenakan jaket model militer sebab pemakaian jaket-jaket parka militer untuk melindungi jas mahal dan celana dari lumpur dan hujan.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran teoritis merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai peta pemikiran yang melatarbelakangi penelitian ini. Adapun sudut pandang pemikiran dan teori yang memberikan arahan dan patokan bagi peneliti untuk dapat memahami serta mendeskripsikannya dari sebuah perialku komunikasi komunitas info vespa bandung yaitu melalui studi fenomenologi.

Fenomenologi pada dasarnya mempelajari struktur tipe-tipe kesadaran, yang terentang dari persepsi, gagasan, memori, imajinasi, emosi, hasrat, kemauan, sampai sebuah tindakan sehingga, disiplin ilmu tersebut memahami struktur pengalaman sadar (dari sudut pandang orang pertama).

Alfred Schutz (1899-1959) seorang tokoh teori fenomenologi yang membawa fenomenologi ke dalam ilmu sosial mengatakan inti dari fenomenologi yaitu :

> Fenomenologi adalah bagaimana memahami tindakan sosial melalui penafsiran. Proses penafsiran dapat digunakan untuk memperjelaskan atau memeriksa maka yang sesungguhnya, sehingga dapat memberikan konsep kepekaan yang implisit. Schutz meletakkan hakikat manusia dalam pengalaman subjektif, terutama ketika mengambil tindakan dan mengambil sikap terhadap dunia kehidupan sehari-hari. Dalam hal ini, Schutz mengikuti pemikiran Husserl, yaitu proses pemahaman aktual kegiatan kita, dan pemberian makna terhadapnya, sehingga ter refleksi dalam tingkah laku. (Kuswarno, 2013:18)

Membahas perilaku komunikasi komunitas info vespa bandung dalam pendekatan fenomenologis tidak bisa terlepas dari lambang verbal dan non verbal yang menjadi inti dari komunikasi. Karena komunikasi tidak akan pernah berlangsung bila tidak adanya lambang-lambang yang saling dipertukarkan dari penganut kultur Mod tersebut. Perilaku komunikasi (penggunaan lambang-lambang komunikasi) (Kuswarno 2013:103).

Mengacu juga pada pemikran Schutz, manusia akan memilki motif yaitu berorientasi kemasa depan *(in order to motive)* dan berorientasi ke masa lalu *(because motive)*. Sehingga perilaku yang ditunjukan manusia akan memiliki motif yang menggambarkan sebab (orientasi masa lalu), dan untuk (orientasi masa depan).

Hal diatas pun diperkuat oleh adanya suatu pandangan dari interaksi simbolik dalam terminologinya yanng dipikirkan oleh Mead terhadap perilaku komunikasi yaitu setiap isyarat non verbal dan pesan verbal yang dimaknai berdasarkan kesepakatan bersama oleh semua pihak yang terlibat dalam suatu interaksi merupakan satu bentuk simbol yang mempunyai arti sangat penting. Dengan demikian interaksi simbolik berasumsi bahwa manusia dapat mengerti berbagai hal dengan belajar dari pengalaman.

Sehingga dari asumsi tersebut sangat berhubungan dengan metode yang digunakan dalam penelitian ini bahwa dengan demikan fenomenologi akan memimpin peneliti pada latar belakang dan kondisi-kondisi dibalik sebuah pengalaman khusunya pada perilaku komunikasi komunitas info vespa bandung

Douglas (1970) dalam buku filsafat ilmu komunikasi juga memberikan penjelasan mengenai pengertian interaksi simbolik yang terkait dengan konsep dan asumsi dasar interaksi simbolik..

> Interaksi simbolik ada karena ide-ide dasar dalam membentuk makna yang berasal dari pikiran manusia *(Mind)* mengenai diri *(Self)*, dan hubungannya di tengah interaksi sosial, dan tujuan bertujuan akhir untuk memediasi, serta menginterpretasi makna di tengah masyarakat *(Society)* dimana individu tersebut menetap. Makna itu berasal dari interaksi, dan tidak ada cara lain untuk membentuk makna, selain dengan membangun hubungan dengan individu lain melalui interaksi. (Mulyana 2008:136)

Simbol gaya hidup seperti pakaian, musik, dan kendaraan seringkali dapat mengkomunikasikan makna-makna, dan mengorganisasi interpretasi orang lain secara cukup tepat, dan digunakan untuk berinteraksi secara bermakna satu sama lain, hal itu merupakan interaksi sosial yang bermakna.

Perspektif interaksi simbolik memunculkan bahwa makna dan tindakan itu sesungguhnya saling mempengaruhi dan proses interpretif yang terjadi di dalamnya melibatkan pertukaran makna, suatu transaksi dimana sebab dan akibat tidak dapat dibedakan. Manusia bertindak dengan mempertimbangkan segala hal yang diamati dan mengarahkan perilakunya pada suatu perbuatan sebagaimana yang ia interpretasikan. (Mulyana, 2008: 29)

Menurut pandangan interaksi simbolik, manusi dipandang sebagai pelaku, pelaksana, pencipta, dan pengarah bagi dirinya sendiri. Manusia adalah makhluk yang memiliki jiwa dan semangat bebas dilihat dari kualitas manusia yang tercipta secara sosial. Tindakan tidak selalu diarahkan pada diri sendiri, namun juga ada alternatif-alternatif lain, seperti emosi, luapan perasaan, dan kebiasaan - kebiasaan lain. Hal ini membawa kita pada respons yang dilakukan tanpa berpikir, tanpa pemecahan masalah, tanpa mempertimbangkan masa lalu dan masa depan, dan tanpa pengambilan peran yang ditetapkan secara baku.

Interaksi Simbolik adalah interaksi yang memunculkan makna khusus dan menimbulkan interpretasi atau penafsiran. Sementra menurut Mead, esensi interaksi simbolik adalah suatu aktivitas yang merupakan ciri khas manusia, yakni komunikasi atau pertukaran simbol yang diberi makna. (Mulyana, 2008: 68).

Menurut Bluumer (Spardley, 1997:7, dalam Mulyana, 2008) ada beberapa premis interaksionisme simbolik yang perlu dipahami peneliti budaya, yaitu sebagai berikut :

Pertama, manusia melakukan berbagai hal atas dasar makna yang diberikan oleh berbagai hal itu kepada mereka.

Kedua, dasar interasionisme simbolik adalah “makna berbagai hal itu berasal dari, atau muncul dari interasik sosial seorang dengan orang lain.” Kebudayaan sebagai suatu sistem makna yang dimiliki bersama, dipelajari, diperbaiki, dipertahankan, dan didefinisikan dalam konteks orang yang berinteraksi.

Ketiga, dari interaksionisme simbolik bahwa makna ditangani atau dimodifikasi melalui suatu proses penafsiran yang digunakan oleh orang dalam kaitannya dengan berbagi hal yang dia hadapi.

Di samping tiga premis tersebut, Muhadjir (2000: 184-185, dalam Mulyana, 2008) menambahkan tujuh proposisi, yakni : Pertama, perilaku manusia itu mempunyai makna di balik yang menggejala. Kedua, pemaknaan kemanusiaan perlu dicari sumbernya ke dalam interaksi sosial. Ketiga, komunitas manusia itu merupakan proses yang berkembang holistik, tak terpisah, tidak linier, dan tidak terduga. Keempat, pemaknaan berlaku menurut penafsiran fenomenologi, yaitu sejalan dengan tujuan, maksud dan bukan berdasarkan mekanik. Kelima, konsep mental manusia berkembangn secara dialektik. Keenam, perilaku manusia itu, wajar, konstruktif, dan kreatif, bukan elementer-reaktif. Ketujuh, perlu menggunakan metode introspeksi simpatetik, menekankan pendekatan intuitif untuk menangkap makna.

Melalui premis dan proposisi di atas, muncul tujuh prinsip interaksionisme simbolik dalam Muhadjir (2000: 184-185, dalam Mulyana, 2008) yaitu :

1. Simbol dan interaksi menyatu. Karena itu, tidak cukup seorang peneliti hanya merekam fakta, melaikan harus sampai pada konteks.

2. Karena simbol juga bersifat personal, diperlukan pemahaman tentang jati diri pribadi subyek penelitian.
3. Peneliti sekaligus mengaitkan antara simbol pribadi dengan komunitas budaya yang mengintarinya.
4. Perlu direkam situasi yang melukiskan simbol.
5. Metode perlu merefleksikan bentuk perilaku dan prosesnya.
6. Perlu menangkap makna dibalik fenomena.
7. Ketika memasuki lapangan, sekedar mengarahkan pemikiran subyek, akan lebih baik.

Dalam setiap gerak, perilaku budaya akan berinteraksi dengan yang lain. Pada saat itu, mereka secaa langsung maupun tidak langsung telah memberikan *stock of culture* yang luar biasa banyaknya.

Menurut pandangan model interaksionisme simbolik, perilaku budaya akan berusaha menegakkan aturan-aturan, hukum, dan norma yang berlaku bagi komunitasnya. Jadi, bukan sebaliknya interaksi mereka dibingkai oleh aturan - aturan mati, melainkan melalui interaksi simboik akan muncul aturan-aturan yang disepakati secara kolektif. Makna budaya akan tergantung proses interaksi perilaku. Makna biasanya muncul dalam satuan interaksi yang kompleks, dan kadang-kadang juga dalam interkasi kecil antar individu.

Interaksi selalu berorientasi ke masa depan, kepada apa yang akan dilakukan oleh orang lain, dan satu-satunya cara bagi seseorang untuk menduga masa depan adalah dengan cara saling mengambil peranan. Dalam deskripsi Mead, proses “pengambilan peran” menduduki tempat penting. Interaksi berarti

bahwa peserta masing-masing memindahkan diri mereka secara mental ke dalam posisi orang lain. Dengan demikian, mereka mencoba mencari arti maksud yang oleh pihak lain diberikan kepada aksinya, sehingga komunikasi dan interaksi dimungkinkan. Jadi, interaksi tidak hanya berlangsung melalui gerak-gerak saja, melainkan terutama melalui simbol-simbol yang perlu dipahami dan dimengerti maknanya. (dalam Sobur, 2013:195)

> Intraksionisme simbolik mengandung inti dasar pemikiran umum tentang komunikasi dan masyarakat. Jerome Manis dan Bernard Meltzer memisahkan tujuh hal mendasar yang bersifat teoritis dan metodologis dari interaksionisme simbolik. Masing-masing hal tersebut mengidentifikasikan sebuah konsep sentral mengenai tradisi yang dimaksud (Littlejohn, 1996:159-160 dalam Mulyana, 2008:196)

Maka dengan adanya asumsi tersebut maka perilaku komunikasi yang dilakukan oleh manusia diproyeksikan melalu adanya proses pertukaran simbol-simbol yang berujung pada penamaan suatu makna yang dimengertinya.

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis diatas, peneliti menggambarkan dan menjelaskan mengenai perilaku komunikasi komunitas Info Vespa Bandung dalam menjalani kehidupannya di kota Bandung. Perilaku komunikasi komunitas info vespa bandung dibagi kedalam tiga bahasan, yaitu perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi verbal, perilaku komunikasi yang menggunakan komunikasi non verbal, serta motif yang melatari perilaku komunikasi tersebut.

Komunikasi dengan menggunakan lambang verbal terjadi ketika seorang penganut kultur Mod menggunakan kata-kata, dengan bahasa lisan, lalu komunikasi non verbal adalah ketika seorang penganut kultur Mod di komunitas imfo vespa bandung tersebut menggunakan simbol selain kata-kata seperti

penampilan dan pakaian, gerakan dan postur tubuh, ekspresi wajah, kontak mata, sentuhan. Serta semua perilaku komunikasi tersebut dilatari oleh adanya sebuah motif yang terdiri dari motif sebab dan motif untuk.

Melalui interaksi simbolik dapat menunjukan kemampuan penganut kultur Mod pada komunitas info vespa bandung untuk dapat merespon simbol-simbol kepada dirinya sendiri dan lingkungan sekitarnya. Hal ini akan menunjukan sejauhmana seseorang penganut kultur Mod memahami dirinya sendiri. Maka, seorang penganut kultur Mod tersebut dituntut untuk memahami dan memaknai simbol yang ada sehingga ia mampu berperilaku untuk beradaptasi.

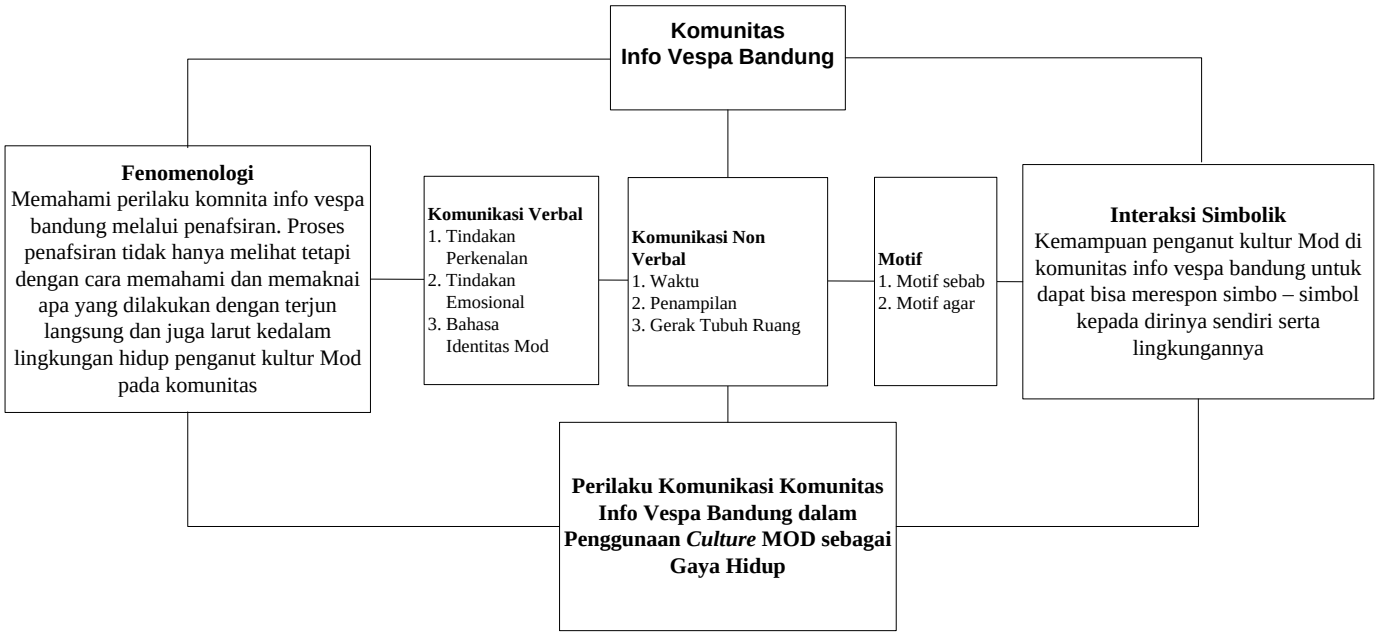
Perkembangan diri mengarah pada sejauhmana seorang penganut kultur Mod akan mengambil peran. Pengambilan peran ini akan merujuk pada bagaimana ia memahami dirinya dari perspektif orang lain. Serta mengarah pada hasil intrepretasi yang berwujud perilaku komunikasi seorang penganut kultur Mod tersebut melalui penyampaian pesan verbal dan pesan non verbal. Interaksi hubungan sosial yang diciptakan, dibangun, dan dikonstruksikan olehnya akan dilatari oleh adanya motif pada dirinya karena adanya dorongan dari dalam, sehingga menghasilkan keterlibatan dalam perilaku yang mereka lakukan secara aktif. Serta dengan simbol, seorang penganut kultur Mod tidak memberikan respon yang pasif, tetapi secara aktif menciptakan dan mencipta ulang dunia tempat mereka berperan.

Suatu bentu komunikasi seorang penganut kultur Mod dapat ditelusuri atau dicari melalui simbol-simbol dihubungkan dengan intrepretasi, aksi dan interaksi. Sehingga melalui perspektif interaksi simbolik memberikan suatu

tindakan kreatif ketika menggunakan simbol-simbol. Proses penyesuaian dan perubahan melibatkan interaksi penganut kultur Mod itu sendiri dan segi-segi yang menyangkut norma ataupun aturan yang ada.

Gambar 2.1

Model Alur Kerangka Pemikiran



Sumber : Peneliti, 2015